



التعليم عن بعد

محتوى

علم اجتماع الإعلام

ل. د. حسن ابو زيد

Ibtihalino

ibtihalino.blogspot.com

المحاضرة التمهيديّة

أهمية علم اجتماع الإعلام :

تأتي أهمية علم اجتماع الإعلام من أنه يهتم بدراسة الإعلام الذي يعد بوسائله المتعددة من أهم سمات العصر الحديث ، فوسائل الإعلام المختلفة حولت العالم الكبير بأطرافه المترامية إلى قرية صغيرة ، فقد أدى التقدم العلمي والتطور التكنولوجي المستمر إلى إحداث تغييرات كبيرة في وسائل الإعلام المختلفة و أدى التقدم التكنولوجي أيضاً إلى زيادة انتشار وسائل الإعلام و زيادة تأثيرها في المجالات المختلفة و أصبحت وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في كل المجتمعات الإنسانية بغض النظر عن درجة تقدمها .

اهداف المقرر :

- تعريف الطالب المفاهيم الأساسية في علم اجتماع الإعلام
- تعريف الطالب التطور التاريخي لعلم اجتماع الإعلام
- تعريف الطالب عناصر عملية الإعلام
- تعريف الطالب دور الإعلام في المجتمع
- تعريف الطالب مميزات و عيوب وسائل الإعلام المختلفة
- تمكين الطالب من فهم العمليات الأساسية للإعلام
- تمكين الطالب من تحليل ما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة

محتوى المقرر :

- مفهوم الإعلام و المفاهيم المرتبطة به
- التطور التاريخي لعلم اجتماع الإعلام
- عناصر عملية الإعلام
- وسائل الإعلام
- دور الإعلام في المجتمع

المراجع و المصادر التعليمية :

- فاطمة القليني و محمد شومان ، الاتصال الجماهيري ، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، القاهرة ٢٠٠٤
- أحمد النكلاوي ، المدخل السوسيولوجي للإعلام ، مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة ١٩٧٧

علم اجتماع الإعلام المفهوم و الأهمية

مقدمة :

- شهد المجتمع الإنساني خلال القرن العشرين و بدايات القرن الواحد و العشرين طفرة هائلة و غير مسبوقه في نمو و تطور وسائل الإعلام و وسائل الاتصال ، لدرجة دعت البعض إلى إطلاق مسميات متعددة على العصر الذي نعيشه مثل " عصر السماوات المفتوحة " ، " عصر الفضائيات " فقد تلاشت الحدود الجغرافية و تقاربت المسافات ، و حولت وسائل الاتصال العالم إلى قرية صغيرة ، يعرف سكانها كل ما يجري في أرجائها المختلفة و يتابعون ما يحدث لحظةً بلحظة.

- لذا اهتم كثير من علماء الاجتماع المعاصرين بدراسة قضية الإعلام و الاتصال و رصد أبرز ملامحها و كشف كافة أبعادها و مؤثراتها ، و من بين هؤلاء العلماء ؛ تارد و روبرت ميرتون و لازرفيلد و شارلز وايت و شرام وغيرهم.

أولاً : المفاهيم الأساسية :

- يتضمن علم اجتماع الإعلام العديد من المفاهيم العلمية التي قد يبدو ظاهرياً وجود نوع من التشابه بينها في المعنى ، ولكنها تختلف عن بعضها البعض كما سنرى فيما بعد ، و يعد تحديد المفاهيم العلمية من الخطوات المهمة في البحث العلمي نظراً لأن المفهوم يعد اللبنة الأولى في بناء النظرية العلمية و تتمثل أهم المفاهيم العلمية في علم اجتماع الإعلام فيما يلي :

- | | |
|------------------|----------------------|
| ١- مفهوم الإعلام | ٢- مفهوم الاتصال |
| ٣- مفهوم الدعاية | ٤- مفهوم الرأي العام |

١- مفهوم الإعلام :

- يعد مفهوم الإعلام من المفاهيم الحديثة و المهمة في نفس الوقت

- و يشير مفهوم الإعلام إلى عملية الحصول على المعلومات من مصادرها المختلفة من خلال التواجد السريع في مكان الحدث و الحصول على المعلومات بصورة متعمقة ثم نقل هذه المعلومات إلى الآخرين من خلال الوسائل المتعددة و بالطريقة المناسبة.

- يشير مفهوم الإعلام إلى منهج و عملية تهدف إلى التثقيف و الإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الأفراد و وجدانهم فتزفع من مستواهم الفكري و تدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة و تخلق مناخاً صحياً يُمكن الأفراد من الانسجام و التكيف.

○ يتضح من التعريف السابق للإعلام أن الإعلام يتضمن :

- | | | |
|---------------------|--------------------------------|-------------------------|
| - التثقيف | - نقل المعلومات | - نقل الأخبار و الأحداث |
| - تشكيل الرأي العام | - التوجيه لتحقيق مصلحة المجتمع | |

○ الإعلام و التعليم : هناك عدة فروق بين الإعلام و التعليم ، و تتمثل تلك الفروق فيما يلي :

- الوظيفة الأساسية للتعليم هي استمرار التراث العلمي و الأدبي من خلال تقديمه للأجيال بصورة منظمة و من خلال مؤسسات راسخة عبر سنوات طويلة
- يقدم التعليم معلومات ثابتة و حقائق مؤكدة
- يهتم الإعلام في أغلب الأحوال بقضايا الساعة
- يهتم الإعلام بالمشكلات التي تحدث و تعدد و جهات النظر
- كلاً من التعليم و الإعلام يتكاملان في تحقيق التغيير الاجتماعي

٢- مفهوم الاتصال :

الاتصال communication

يشير مفهوم الاتصال إلى عملية انتقال المعلومات و الأفكار و الاتجاهات و العواطف من شخص أو جماعة إلى شخص أو جماعة أخرى من خلال الرموز

الاتصال الفعال هو الاتصال الذي يصل من خلاله المعنى الذي يقصده المرسل بالفعل إلى المستقبل

الاتصال الإنساني هو عملية إنسانية تركز على التفاعل بين الأفراد و الجماعات من خلال بناء رمزي و أساس الاتصال هو التفاعل الرمزي بين البشر و تمثل اللغة المحور الأساسي للاتصال الإنساني.

٣- مفهوم الدعاية :

الدعاية Propaganda

- عُرِفَت الدعاية منذ آلاف السنين ، فقد عرفها الفراعنة و القياصرة و اعتمدوا على الدعاية في دعم قوتهم
- احتل مفهوم الدعاية مكاناً بارزاً في دراسات الإعلام و الاتصال و قد حظي باهتمام واضح من جانب الباحثين منذ الحرب العالمية الأولى حيث لعبت الدعاية دوراً بارزاً في هذه الحرب
- يشير مفهوم الدعاية إلى محاولة التأثير في الأفراد و السيطرة عليهم لأغراض محددة في مجتمع معين ، وفي زمن معين
- و الدعاية هي مجموعة من الأساليب الفنية و الطرق المستخدمة في التأثير على اتجاهات و آراء و أفكار و سلوك الناس من خلال الرموز و الكلمات
- و الدعاية هي طريقة لتوجيه سلوك الناس حينما تكون هناك مسائل أو موضوعات متعارضة أو محل خلاف

○ الدعاية و الإعلان :

- الإعلان يهدف إلى التأثير في الجماهير و اجتذابها نحو سلعة أو خدمة معينة بهدف الترويج لتلك السلعة أو الخدمة ، فهو السبيل للتسويق و رفع المبيعات و الإيحاء هو العنصر الأساسي في الإعلان ، فنادرأ ما يخاطب المعلن فكر الإنسان و عقله ، و إنما يتوجه نحو الغرائز و الانفعالات و العواطف ، و يسعى إلى إبراز المغريات للمستهلكين
- و يهدف الإعلان إلى الترويج و التسويق للسلع و المنتجات و هو هدف تجاري

٤- الرأي العام :

- بالرغم من أن ظاهرة الرأي العام Public Opinion ليست ظاهرة حديثة ، و إنما هي ظاهرة قديمة وجدت منذ أن وجد الإنسان في مجتمع منظم ، إلا أن دراسة الرأي العام كظاهرة اجتماعية ، لم تتبلور إلا خلال النصف الثاني من القرن العشرين.

- يمكن تعريف الرأي العام بأنه مجموع الآراء السائدة في المجتمع و تكون صادرة عن اتفاق متبادل بين غالبية أفراد المجتمع

ثانياً : أهمية علم اجتماع الإعلام :

١- التطور في مجال الاتصالات :

- أدى التطور الكبير في مجال الاتصالات و الذي نتج عن التقدم التكنولوجي إلى تقريب المسافات و اختصار الوقت اللازم لنقل المعلومات و الأفكار في العالم و أدت التقنيات الجديدة و المتطورة في وسائل الإعلام إلى ؛ تيسير جمع المعلومات و الأخبار و التعامل معها و تفسيرها و تحليلها و إتاحتها لأفراد المجتمع و تخزينها و نشرها و تبادلها و إعادة استرجاعها وقت الحاجة إليها.

- و يعد تطور وسائل الاتصال ظاهرة متعددة الأبعاد ، تتسم بالنسبية و ترتبط بدرجة تطور المجتمع ، فما يُعد حديثاً في مجتمع يُعد تقليدياً في مجتمع آخر ، فالتلفزيون على سبيل المثال يُعد من الوسائل التقليدية في المجتمعات المتقدمة ، و لكنه قد يُعد تكنولوجيا حديثة في مجتمعات أخرى.

٢- ظهور أشكال جديدة للإعلام :

ظهرت تصنيفات جديدة لوسائل الإعلام الجديدة و يذهب ريتشارد ديفيز و ديانا أوين إلى أن هناك أشكال جديدة للإعلام تتمثل في :

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة و يشير إلى مجموعة من الأشكال الجديدة للبرامج في الإذاعة و التلفزيون مثل برامج الأخبار الحية و البرامج المسائية و الصباحية في التلفزيون و الإذاعة و المجالات الإخبارية.

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة و يتم من خلال أجهزة الحاسب و التي أدت إلى التبادل الحي و السريع للمعلومات

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة و فيها يتم تبادل المنافع بين الإعلام القديم و الجديد فلم يعد هناك حدوداً صناعية بين القديم و الجديد

و نظراً لعدم قدرة علم الاجتماع العام على الإلمام بجميع الموضوعات ذات الطبيعة الاجتماعية فقد نشأت فروع متعددة لدراسة الموضوعات المختلفة:

فقد أدى تطور عملية الاتصال و تطور وسائل الإعلام و الآثار المتعددة التي يحدثها الإعلام على الأنماط السلوكية و على العلاقات الاجتماعية و كذلك التغيرات الاجتماعية التي ترتبت على تطور وسائل الإعلام ، أدى ذلك كله إلى أن أصبحت العملية الإعلامية محور اهتمام علماء الاجتماع و بالتالي ظهر علم اجتماع الإعلام كأحد فروع علم الاجتماع.

و ترجع أهمية علم اجتماع الإعلام إلى:

- أن دراسة الظواهر الاجتماعية من الموضوعات الأساسية للدراسة في علم الاجتماع و يعد الاتصال أحد الظواهر الاجتماعية التي أثرت تأثيراً كبيراً في التفكير و السلوك و المواقف و العمليات الاجتماعية
- إن العمليات الاجتماعية كالتعاون و الصراع و التنافس و التوافق تتم عبر الفعل الاتصالي ، وهي (العمليات) من موضوعات علم الاجتماع ، كما تضم عملية الاتصال في إطارها العمليات الاجتماعية لذا وجب الاهتمام بعملية الاتصال التي تضم في إطارها العمليات الاجتماعية
- أهمية الظاهرة الاتصالية ، و أهمية وسائل الإعلام وما يُمكن أن تحدثه هذه الوسائل من تغيرات كبيرة في العادات و التقاليد الراسخة في المجتمعات الإنسانية .
- أن الظاهرة الاتصالية لها أبعادها الثقافية و الاجتماعية التي لا يمكن إهمالها
- تطور عملية الاتصال و تطور وسائل الإعلام و اتساع الفضاء الاجتماعي الذي تتعامل معه
- أن التنشئة الاجتماعية من العوامل المؤثرة في السلوك الاجتماعي ، و تعد وسائل الإعلام أكثر العوامل تأثيراً في عملية التنشئة الاجتماعية
- التغيرات الكبيرة في صناعة الإعلام و أنماط استهلاك المعلومات ، و ظهور أشكال و أساليب جديدة للإعلام
- أن التطور السريع لوسائل الإعلام أدى إلى طرح مواضيع بحوث متعددة و جديدة حول تطور هذه الوسائل و ملكية هذه الوسائل و استخداماتها

لأسباب السابقة ، ولأهمية عملية الاتصال ، ولأهمية وسائل الإعلام ، و للتأثيرات المتعددة التي تحدثها وسائل الإعلام في السلوك الاجتماعي و العمليات و المواقف الاجتماعية كان لابد من ظهور علم اجتماع الإعلام الذي يهتم بدراسة عدد من الموضوعات التي تتعلق بالتحليل الاجتماعي للمشاهدة و المشاهدين و عمليات الإعلام و الاتصال و مضمون الرسائل الإعلامية و مدى تأثير الإعلام على المجتمع و الفرد .

تطور الاهتمام الاجتماعي بالإعلام

مقدمة :

- يذهب علماء الاجتماع و المؤرخون إلى أن الاتصال الإنساني
- بمعناه الواسع - قديم قدم الوجود الإنساني ذاته ، فعملية الاتصال قامت عليها الجماعة الإنسانية الأولى ، و وجد الاتصال منذ أن وجد الإنسان و نشأ معه و ارتبط باستخلافه في الأرض
- و كان الانسان الأول حينما لا تسعفه لغته في التعبير عما يريد كما يستخدم الاشارات و الحركات و الاصوات مثل إشعال النار و دق الطبول
- و قد خطى الإنسان بواسطة هذه العملية أولى خطواته على درب الحضارة الطويل ، فكان الاتصال في الجماعة الإنسانية الأولى وسيلة الإنسان في إشباع احتياجاته المباشرة
- ظهرت وسائل الإعلام (الاتصال) في المجتمع الإنساني الأول نتيجة لتحرك جماعات من البشر و تجمعهم لمواجهة ظروف الطبيعة القاسية و الأخطار التي اعترضتهم في الفترات الأولى من تاريخ البشرية و عُرفت اللغة كوسيلة للتعامل
- طور الإنسان طرق مبتكرة لتخزين المعرفة و نقل المعلومات ، فإشارات الدخان و دقات الطبول كانت الإذاعات الأولى ، كما كانت اللوحات الحجرية المكتبات الأولى.
- ومع تطور المجتمع الإنساني و ظهور الحضارات الإنسانية العريقة ، تطورت بالتالي وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع
- و بمعرفة الكتابة غدت الرسائل وسيلة مهمة للإعلام ، فالفراعنة كانوا ينشرون أوامره إلى أقاصي الأرض التي كانوا يحكمونها ، فكانوا يكتبون أوامره و أخبارهم على ورق البردي ، و يرسلونها إلى كل مكان كما كانوا يأمرن بنقش هذه الأوامر على جدران المعابد ليقرأها الناس و يكونوا على علم بها
- و تُبعت هذه الطريقة الإعلامية - بعد ذلك - في الصين و اليونان و روما . ولم يقتصر الاتصال و الإعلام على نشر الأوامر، و إنما تعداه إلى الأخبار العسكرية و الرياضية.
- وقد كان للحمامات العامة التي كان يرتادها الناس أسبوعياً دور إعلامي في مصر القديمة - و أثينا و روما أيضاً - حيث كان يتجمع بها الناس و يتداولون الأخبار العامة و الخاصة ، بالإضافة إلى دور المعابد
- وثمة اتصال آخر مباشر كان شائعاً لدى اليونان ، وهو إذاعة الأخبار في الميادين العامة على الجماهير المجتمعة فيه و يقص علينا تاريخ العالم القديم أن إغريقياً قطع ما يزيد على ثلاثين كيلومتراً جرياً لكي يعلن للشعب الأثيني انتصار جنوده
- وقد عرف الرومان نوعاً من صحف الحائط ، حيث كانت تُنشر فيها الأحداث
- أما في الجزيرة العربية فقد كان للقصيدة الشعرية دوراً إعلامياً هاماً فيها ، حيث كان الشعر يعد الوسيلة الأكثر تأثيراً للإعلام و الدعاية الداخلية و أشتمل الشعر العربي على ملاحم في المدح و الهجاء و أخبار المعارك مما جعله سجلاً حافلاً بالأحداث

الثورة الصناعية و تطور وسائل الإعلام :

أدت الثورة الصناعية إلى إحداث تحول هائل أثر تأثيراً كبيراً على المجتمعات التقليدية وقوض أسس الحياة الاجتماعية فيها

و أدت أيضاً إلى ايجاد أسس جديدة للحياة في تلك المجتمعات

و يرجع ذلك إلى أن الثورة الصناعية لم تكن مجرد تقدماً تكنولوجياً فحسب بل شكلت نظاماً اجتماعياً معقداً ، فكما انتجت المصانع و العدد انتجت أيضاً كل ما يمس حياة الانسان في المجتمع من المعدات الزراعية و الأدوات و الاجهزة المنزلية ، كما انتجت أيضاً دور العرض و الصحف

فقد أدى التطور التكنولوجي المتمثل في القطارات إلى وصول الصحف إلى مناطق بعيدة في اليوم نفسه ، كما ساعد ظهور شبكات الهاتف على وصول الاخبار الجديدة بسرعة.

و تطورت تكنولوجيا الاتصال من التليفون إلى المذياع إلى التلفزيون إلى الحاسب الآلي ثم التطور الهائل في نظم الاتصالات وفي الأقمار الصناعية و شبكة المعلومات

وقد أدت هذه التطورات إلى أن يأخذ الاتصال مكانته من حيث التأثير و الأهمية و الدور و الوظائف التي يؤديها في الحياة الاجتماعية

وقد دفعت هذه التطورات إلى الاهتمام بالدراسة و البحث في الظاهرة الجديدة للتعرف على التأثيرات التي تتركها على المجتمعات الإنسانية

مراحل تطور الاهتمام الاجتماعي بالإعلام :

- لم يهتم مؤسسو علم الاجتماع بقضايا الاتصال و الإعلام نظراً لتواضع وسائل الإعلام في عصرهم و بالتالي تواضع تأثيرها في المجتمع ، غير أن ذلك لا يعني أنهم لم يلمسوا هذه القضايا على الإطلاق ، فلقد اقتربوا من مفهوم الاتصال و الإعلام بصورة غير مباشرة ، و أسهموا في صياغة العديد من المفاهيم التي مهدت لتطور بحوث الاتصال و الإعلام و نموها في الفترات اللاحقة و سنعرض بايجاز لاسهام دور كايم و تارد
- و يتضح إسهام دور كايم في مفهوم الضمير الجمعي ، وهو مفهوم مركزي في فكر دور كايم وهو يلمس بعداً هاماً من أبعاد عملية الاتصال و الإعلام ، وهو الجمهور (المستقبل)
- فمن الحقائق الواضحة أن الجمهور هو من أهم المتغيرات في عملية الاتصال ، فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية و العاطفية و خصائصه الأولية ، فسوف يقلل ذلك من قدرته على التأثير عليه و إقناعه مهما كانت الرسالة معدة بصورة جيدة ، ومهما أحسن القائم بالاتصال اختيار الوسيلة ، ومهم أتقن القائم بالاتصال في الأداء .
- و يعني دور كايم بمفهوم الضمير الجمعي مجموعة من التصورات و العواطف الشائعة بين غالبية أفراد المجتمع ، و يزداد تأثير الضمير الجمعي في المجتمع البسيط القائم على التضامن الآلي

- وقد مهدت أفكار دور كايم لمزيد من الدراسات و الرؤى التي أسهمت بدورها في تطور دراسات الإعلام و الاتصال وقد ظهر في نهاية القرن التاسع عشر و مطلع القرن العشرين بعض الكتب لعلماء الاجتماع و علماء النفس اهتمت بقضايا الإعلام.
- أما تارد فقد قدم عدة إسهامات مهدت الطريق لإدراك الدور الذي يلعبه الرأي العام و وسائل الإعلام الجماهيري Mass Media و الاتصال Communication في المجتمع ، وذلك من خلال دراساته الإمبريقية
- فقد لفت تارد الانتباه نحو العمليات الاجتماعية التي تمر من خلالها أشكال السلوك و طرق التفكير و المشاعر من جماعة إلى جماعة و من شخص إلى آخر ، وذلك من خلال نظريته الشهيرة عن التقليد وقد أكد تارد على دور وسائل الإعلام في تفعيل عملية التقليد و من ثم انتشار العديد من الأفكار الجديدة ، عبر هذه الوسائل.
- وقد اعتقد أن وسائل الإعلام قد لعبت دوراً مهماً في نشر عدوى الانحراف في القرن التاسع عشر
- ظهر الاهتمام بدراسة قضية الإعلام و الاتصال و رصد أبرز ملامحها و كشف كافة أبعادها و مؤثراتها من منظور اجتماعي في أعمال مجموعة من العلماء و من بين هؤلاء العلماء روبرت ميرتون و لازرفيلد و شارلز وايت و شرام وغيرهم
- وقد رصد الباحثين مجموعة من المراحل تعكس تطور الاهتمام الاجتماعي بدراسة قضايا الإعلام و تتمثل تلك المراحل فيما يلي:

المرحلة الأولى :

- و بدأت في القرن الماضي و الذي شهد كساداً اقتصادياً و حرباً عالمية ثانية ، و كان لهاتين الكارثتين تأثيراً واضحاً على الدراسات الإعلامية.
- و سادت في هذه الفترة الدراسات الميدانية لقياس تأثير الدعاية بشكل عام ، و كذلك تأثير وسائل الإعلام الجديدة في ذلك الوقت مثل الراديو و السينما

تم استخدام وسائل الإعلام في هذه المرحلة للتوجيه و لتحقيق أهداف المجتمع لم تكن البحوث في تلك المرحلة قائمة على التحليل العلمي بل كانت قائمة على الملاحظات الإمبريقية ، و التي تأثرت بالزيادة التي حدثت في جمهور وسائل الإعلام

المرحلة الثانية (في منتصف القرن العشرين) :

- شهدت هذه المرحلة نمواً هائلاً في الدراسات السوسيولوجية المتعلقة بالاتصال الجماهيري و الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية.
- مع دخول التلفزيون في منتصف القرن العشرين بدأ الاهتمام في بحوث الاتصال الجماهيري و خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية ، و بدأ الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على جمهور المشاهدين
- تطورت دراسات علم الاجتماع الإعلامي لتتجهم بوظائف الإعلام

- اهتمت دراسات علم الاجتماع الإعلامي بالدراسات المقارنة بين خصائص وسائل الإعلام المختلفة من حيث المزايا و العيوب
- من الموضوعات الأساسية التي أهتم بها الباحثون في علم الاجتماع الإعلامي في هذه المرحلة التأثير الاتصالي ، و جماهير المتلقين و مضمون الرسائل
- و بُذلت الكثير من الجهود لدراسة العلاقة بين عمليات الاتصال و العمليات الاجتماعية و الدور الاجتماعي للإعلام
- وفي تلك المرحلة تم تطبيق مناهج البحث العلمي في دراسة قضايا معينة ترتبط بتأثير وسائل الاتصال الجماهيري و فاعليته
- ومن الدراسات المهمة في تلك المرحلة دراسة روبرت ميرتون في منتصف القرن العشرين عن الإقناع الجماهيري لوسائل الإعلام و اعتمد في دراسته على منهج دراسة الحالة.

المرحلة الثالثة (في أواخر القرن العشرين) :

سمات المرحلة الثالثة :

- الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الاتصال بشكل عام و الصحافة و التلفزيون بشكل خاص
- الاهتمام بنقد المناهج المستخدمة في الدراسات في المرحلة السابقة
- ظهور عدة دراسات وصفية استخدمت وسائل التحليل الوظيفي في تحليل طبيعة و دور وسائل الإعلام و الاتصال و تأثيرها على الفرد و المجتمع .

المرحلة الرابعة :

وهي تمثل المرحلة التي بدأت مع نهاية القرن الماضي ومن أهم سمات هذه المرحلة :

- ارتبطت بظهور النظام العالمي الجديد و انهيار الاتحاد السوفيتي
- ظهور فكرة العولمة و القرية الكونية
- حدوث تطور تكنولوجي هائل في وسائل الإعلام و وسائل الاتصال
- ظهر في تلك المرحلة العديد من الدراسات و البحوث و الرؤى النظرية التي رصدت ملامح المجتمع العالمي الجديد
- كانت فكرة الإعلام و العولمة من أبرز القضايا المطروحة ، و لعب الإعلام دوراً بارزاً في طرح فكرة العولمة
- كما تناولت الدراسات تأثير وسائل الإعلام في نشر الثقافة الاستهلاكية
- و تناولت الدراسات أيضاً دور الإعلان في الترويج لمنتجات الشركات متعددة الجنسيات

من خلال مراحل التطور السابقة يتضح ما يلي :

- هناك علاقة بين التطورات التكنولوجية و نمو وسائل الإعلام و زيادة الاهتمام بالدراسات الاجتماعية في مجال الإعلام
- ارتبط التطور في الاهتمام الاجتماعي بالإعلام بالتطورات الاقتصادية التي حدثت في المجتمع الإنساني
- كما يجب الإشارة إلى أن الاهتمام الاجتماعي بقضايا الإعلام في المجتمعات العربية قد بدأ متأخراً

عناصر عملية الإعلام

١- المرسل ٢- الرسالة

عناصر عملية الإعلام :

يذهب علماء اجتماع الإعلام إلى أن عملية الإعلام و الاتصال تشتمل على مجموعة من العناصر الأساسية هذه العناصر متداخلة و مترابطة ، وكلما كانت هذه العناصر على درجة عالية من الكفاءة كلما نجحت عملية الاتصال و نجح الإعلام في تحقيق أهدافه

وقد حدد الباحث الأمريكي " هارولد لازويل " H. Lasswell العناصر الأساسية لعملية الاتصال في عبارة شهيرة له مكونة من عدد من الأسئلة ، وهذه العبارة هي: " من يقول ماذا ؟ لمن ؟ كيف ؟ و بأي تأثير؟ " و تكشف العبارة عن عناصر خمسة تتكون منها عملية الاتصال :

١. من يقول؟ Who? - (المرسل أو المصدر).
٢. ماذا يقول؟ What? - (الرسالة).
٣. كيف يقول؟ How? - (الوسيلة أو القناة).
٤. ولمن يقول؟ To Whom? - (المستقبل).
٥. وبأي تأثير؟ (النتيجة أو الهدف).

○ و تقدم الإجابات على هذه الأسئلة تحليلاً للعناصر المكونة للاتصال.

تتكون عملية الإعلام من عدة عناصر:

- ١- القائم على عملية الإعلام (المرسل)
- ٢- الرسالة (المحتوى)
- ٣- وسائل الاتصال الجماهيري (الإذاعة و التلفزيون)
- ٤- المتلقي (الجمهور)
- ٥- التأثير (تأثير وسائل الإعلام)

١- المرسل :

يمثل المرسل الحلقة الأولى في العملية الإعلامية ، فهو المنبع الذي تصدر عنه الرسالة وهو الذي يقوم بصياغتها بطريقة مهنية من أجل إحداث التأثير المطلوب

و ترجع أهمية المرسل إلى:

- يمثل المرسل عنصراً مهماً لا يمكن إغفاله في تحليل عملية الإعلام لأنه يقوم بدور أساسي و حيوي
- تتأثر العملية الإعلامية بنظرة القائم بعملية الاتصال للحياة
- تتأثر العملية الإعلامية بالاعتبارات الثقافية و الاجتماعية للمرسل
- كما تتأثر بالتجارب و الخبرات الشخصية للمرسل

أهمية المرسل :

-يقوم المرسل بعمل إيجابي يهدف إلى التأثير على الجمهور
-يمثل المرسل عنصراً مؤثراً في حياة الجماهير من خلال الرسائل الإعلامية

ونظراً لأن المرسل يقوم بعملاً إيجابياً و هادفاً، أي يهدف إلى التأثير على قطاعات كبيرة من أفراد المجتمع من المستمعين و القراء و المشاهدين ، و نظراً لأهمية المرسل فان الأمر يتطلب التعرف على هذا العنصر المهم لمعرفة من هؤلاء المرسلون الذين يديرون وسائل الاتصال الجماهيري و يعملون فيها باعتبارهم أدوات مؤثرة في حياة الناس ، و معرفة العوامل التي تؤثر عليهم

العوامل المؤثرة على المرسل :

- ١- المحافظة على قيم المجتمع و تقاليده حيث تلعب قيم المرسل دوراً مهماً في تحديد عمله ، فلا يختار عملاً يصادم مع قيم المجتمع و تقاليده
- ٢- تحقيق الإجماع و الاتفاق و المحافظة على بنية المجتمع
- ٣- الجمهور ، فالمرسل يأخذ في اعتباره نوعية الجمهور و مستوياتهم الاجتماعية و الثقافية باعتبارهم هدف العملية الإعلامية
- ٤- الضغوط المهنية مثل الاعتبارات الفنية (المساحة في الصحف و الزمن في الإذاعة و التلفزيون)
- ٥- الاعتبارات الذاتية للمرسل (التحيز - الانتماء الطبقي)

و تختلف العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال من دولة إلى دولة ، و من مجتمع إلى آخر ، و ذلك وفقاً لنظام كل مجتمع ، و مدى إحساس القائمين على عملية الاتصال بالمسؤولية الاجتماعية و تصوراتهم عن جمهور المستقبلين ، و لكن يبقى نجاحهم (المرسلون) في أداء رسالتهم مرتبطاً إلى حد كبير بمدى ثقة المستقبلين فيهم.

السمات الواجب توافرها في المرسل :

هناك عدد من السمات الواجب توافرها في المرسل ومنها:

- ١- أن يكون موضع ثقة الشخص الذي توجه إليها الرسالة ، و أن يتسم بالاحترام و الصدق و الشفافية ، و بالتالي فإنه سيكون مقنعاً للجمهور.
- ٢- أن يكون متخصصاً في موضوعه و مادته بعلمه و تجاربه و ثقافته ، فقد كشفت البحوث عن أن مقدار التغيير في الرأي إلى الوجهة التي يسعى إليها المرسل يزداد إذا كان الناس يتقنون في عمله ، و يعتبرونه خبيراً في الذي يقدمه.
- ٣- أن يتسم بالمهارات الفنية المتعلقة بالقراءة الجيدة و الكتابة و الحديث و الاستماع ، فهذه المهارات تؤدي إلى التعبير السليم و نقل الأفكار و المعلومات بكفاءة ، و يكون قادراً على وزن الأمور وزناً سليماً و متعقلاً.
- ٤- أن يتسم ببعض السمات النفسية، كالقدرة على الإقناع و تقديم الحجج و البراهين المنطقية و استمالة الجمهور و جدانياً و شد انتباهه و البعد عن الرتابة والملل.
- ٥- أن يكون على وعي بوسيلة الاتصال التي يستخدمها (صحافة - راديو - تلفزيون) و ينبغي أن يدرك إمكانياتها المختلفة و خصائصها ، سواء أكانت بصرية أو سمعية أو بصرية سمعية معاً ، وكذلك يعرف ما قد تواجهها من مشكلات.

٢- الرسالة :

-الرسالة هي عصب عملية الاتصال و الإعلام ، و توصيل المعنى هو الهدف الأساسي لعملية الإعلام
-و التأثير هو الهدف النهائي لعملية الإعلام لا يتحقق إلا من خلال قوة الرسالة و وضوح معناها حتى تصل
للمتلقي بالكيفية التي يريدها المرسل ، وفي كثير من الأحيان يصعب الفصل بين المرسل و الرسالة
-يحول المرسل معلوماته التي يريد توصيلها إلى المتلقي إلى رسالة (مكتوبة / مرئية / مسموعة) و يتوقع
المرسل أن تصل إلى المستقبل بنفس الصورة التي أراها (المرسل)
-مضمون الرسالة
-يشير مضمون الرسالة إلى كل المعاني التي يريد المرسل أن ينقلها إلى المستقبل عن طريق استخدام الرموز
اللفظية و الرموز المصورة و الإشارات و الحركات

حينما يقدم المرسل رسالته ، عليه أن يقوم بما يلي:

-صياغة الرسالة في رموز
-تحديد الأدلة التي سيقدمها و الأخرى التي يستبعدها.
-توضيح الحجج التي يجب أن يسهب فيها و الحجج التي يراها ضعيفة فيستبعدها.
-تحديد نوعية الاستمالة – هل هي عاطفية أم عقلية – و مدى قوتها.

مضمون الرسالة :

و تنقسم الرسالة من حيث المضمون إلى : - المضمون اللغوي - المضمون التصويري

١- المضمون اللغوي :

يعتمد الاتصال بصورة أساسية على استخدام اللغة ، و يعتمد الإنسان على اللغة في تبادل المعلومات و الأفكار مع الآخرين ، و الواقع أنه حينما يتكلم الناس أو يكتبون ، فإن أهم ما يعنيه هو ما يحاولون نقله للآخرين ، بحيث يفهم وي
درك بالدقة المقصودة.

○ رغم أهمية اللغة (أية لغة) في تحديد مضمون الرسالة إلا أنها قد لا تكون ناجحة في كثير من الأحيان في نقل
مضمون الرسالة و ذلك لسببين :

-الأول: تعتمد اللغة على استخدام كلمات قد يتضمن بعضها أكثر من معنى

-الثاني: في بعض الأحيان قد تعجز اللغة عن التعبير عن المعاني و المشاعر الإنسانية ، وفي هذه الحالة يستعين
الإنسان بوسائل أخرى مساعدة مثل تعبيرات الوجه و الحركات و الإشارات

٢- المضمون التصويري :

ترجع أهمية الصور إلى:

- أن الرسوم والصور كانت من أول وسائل الاتصال التي اعتمد عليها الإنسان في معرفة الحضارات القديمة من خلال الرسوم والنقوش التي تركتها تلك الحضارات القديمة
- أن الصورة تلعب دوراً هاماً في وسائل الاتصال الجماهيري
- أن الصورة أهم أدوات التعبير في وسائل الاتصال الحديثة و خاصة التلفزيون ، و تكون الصور في أحيان كثيرة أكثر تأثيراً من اللغة فالصور التي تنقلها وسائل الإعلام عن المجاعات مثلاً أكثر تعبيراً من مئات المقالات في وصف الأحداث

العوامل المؤثرة في الرسالة :

تتأثر الرسالة بعدة عوامل من أهمها:

- ١- القوائم بعملية الاتصال ومهارته في صياغة الرسالة و مدى امتلاكه لأدوات الإقناع و قدرته على استمالة الآخرين نحو ما يريد أن يبثه في مضمون الرسالة.
- ٢- الوسيلة المستخدمة في توصيل الرسالة ، فالوسائل المطبوعة كالمجلات و الصحف تتطلب جمهوراً من الذين يستطيعون القراءة ، لذلك فإن تأثير الرسالة يكون محصوراً في جمهور معين ، أما في حالة الرسالة المقدمة في الوسائل السمعية و المرئية كالتلفزيون و الإذاعة ، فإنها تكون أوسع نطاقاً ، لأنها تصل إلى قطاع عريض من أفراد المجتمع حيث لا يتطلب الأمر الإلمام بالقراءة و الكتابة
- ٣- الخبرات المشتركة بين المرسل و المستقبل فكلما زادت الخبرات المشتركة بين المرسل و المستقبل كلما كانت فرص نجاح الرسالة أكبر ، فعندما يذيع التلفزيون برنامجاً عن العناية بالأطفال بطريقة مبسطة تستفيد منه ملايين الأمهات ، أما عندما يتناول برنامج آخر النانو تكنولوجي على سبيل المثال ، فالمستفيد منه قطاع بسيط للغاية.
- ٤- الموقف الاجتماعي الذي يتلقى المستقبل فيه الرسالة حيث يتوقف تأثير الرسالة و فعاليتها على هذا الموقف وما يتضمنه من جوانب وجدانية أو عاطفية ، فإذا كان المتلقي في موقف حزين أو متوتر فإن استجابته تكون ضعيفة ، كذلك يختلف تأثير الرسالة إذا كان المتلقي منفرداً أو وسط مجموعة ، و يؤثر حجم هذه المجموعة أيضاً في مدى تأثير المتلقي بالرسالة.

عناصر عملية الإعلام

الوسائل

مقدمة :

- منذ قرون عديدة و الناس يعيشون في مجتمعات صغيرة في قرى أو مدن محدودة العدد و محدودة الاتصال بالمناطق الأخرى و عاشت الغالبية العظمى من الناس في دوائر صغيرة محورها صلات القربى و الصداقة و المصلحة المشتركة و كانت علاقاتهم مقصورة على نطاق المجتمع الصغير المغلق نسبيًا.

- ومع القرن العشرين تغير الوضع تمامًا و يرجع ذلك لسببين :

الأول هو نشوب الحربين العالميتين و حدوث تحركات عسكرية ضخمة بين الدول .

الثاني هو انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية كالراديو و التلفزيون و الصحافة ، وقد أحدث ذلك تغييرات جذرية في تصورات المواطنين في جميع أنحاء العالم و اتسع أفق الأفراد بشكل لم يسبق له مثيل ، لأن ما يحدث في أية بقعة من بقاع العالم يترك آثاره على جميع الأجزاء الأخرى. فالعالم اليوم هو قرية الأمس.

- لقد أصبحت وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية و فتحت المجال واسعاً لتدفق المعلومات و انسياب المعرفة إلى كل أنحاء العالم و قربت المسافات بين البشر و صنعت حضارة إنسانية جديدة.

- و بسبب تنامي دور وسائل الإعلام و حدوث تطورات تقنية هائلة على هذه الوسائل ، أنجز العلماء و الباحثون دراسات مكثفة حول دور هذه الوسائل و مختلف تأثيراتها و سوف نناقش أبرز القضايا المتعلقة بوسائل الإعلام

مفهوم وسائل الإعلام الجماهيري :

- يشير مصطلح وسائل الإعلام الجماهيري **Mass Media** بوجه عام إلى كل الوسائط (الأدوات أو الوسائل) غير الشخصية للاتصال التي عن طريقها تنقل المعلومات بصورة سمعية أو بصرية أو كلاهما معاً بشكل مباشر إلى الجماهير و تشمل الراديو و التلفزيون و الصحف و المجلات و يتضمن هذا التعريف جانبين الأول متصل بالوسائل الفنية للنقل و الاتصال و الثاني متصل بالجمهور ، وفي هذا الصدد يذهب بعض الباحثين إلى القول بأن الأعضاء الذين يكونون الجمهور ليسوا كثيرين و غير متجانسين فقط ، بل إنهم يستجيبون أيضاً لكل وسيلة من وسائل الاتصال كأفراد منفصلين.

- و يشير مصطلح الاتصال الجماهيري إلى العملية التي يتم بواسطتها الاتصال المنظم و المدروس و الذي يقوم على أساس إرسال رسالة علنية و عامة صادرة عن مؤسسة للاتصال الجماهيري تهدف إلى إحداث تغيير في استجابة الجماهير السلوكية الظاهرة و الكامنة و يتحقق الاتصال الجماهيري عبر وسيلة تخاطب جمهور واسع ، ولكن لا تتحقق فيه التغذية العكسية المرتدة إلا بشكل قليل

- ولقد برزت وسائل الاتصال الجماهيري منذ اختراع الطباعة على يد الألماني جوتنبرج

تصنيفات وسائل الإعلام الجماهيري :

هناك عدة تصنيفات لوسائل الإعلام الجماهيري بناء على بعض المؤشرات كالتالي :

١- حسب شكل الرسالة:

- الوسائل المقروءة (أو المطبوعة) : كالصحف و المجلات و الملصقات.
- الوسائل المنطوقة كالإذاعة.
- الوسائل التصويرية كالتلفزيون و السينما.

٢- حسب استعمال الحواس الإنسانية:

- الوسائل السمعية كالراديو (فهو يقوم أساساً على حاسة السمع).
- الوسائل البصرية كالمطبوعات المختلفة (لأنها تقوم أساساً على البصر).
- الوسائل السمعية – البصرية كالتلفزيون و السينما

٣- حسب درجة الأداء:

- الوسائل سريعة الأداء : كالإذاعة و التلفزيون.
- الوسائل بطيئة الأداء : كالمجلات و الصحف ، حيث يستغرق الفرد وقتاً طويلاً في التعامل معها و فهم مضمونها.

وسائل الإعلام الجماهيري:

يوجد العديد من وسائل الإعلام الجماهيري ، إلا أن أهمها و أكثرها تأثيراً و إقناعاً يتمثل في ثلاث وسائل أساسية :

- الوسائل المقروءة (الصحافة و المطبوعات بشكل عام).
- الوسائل المسموعة (الراديو).
- الوسائل المسموعة – المرئية (التلفزيون - السينما).

وسوف نتناول كل وسيلة من هذه الوسائل بالتحليل

تطور الوسائل المقروءة :

الوسائل المقروءة (المطبوعة):

- كانت الكلمة - وما تزال - من الدعائم الأساسية التي تعتمد عليها عملية الإعلام ، وقد ظلت الكلمة قاصرة إلى حد بعيد حتى اخترعت الطباعة ، فأعلنت من شأن الكلمة المكتوبة في الإعلام و التعليم ثم كان ابتكار الإذاعة ، فبلغت الكلمة المنطوقة قمة التأثير و خلصتها من كل معوقات انتشارها.

- و بداية الاتصال المطبوع تعود إلى منتصف القرن الخامس عشر ، حينما اخترع يوحنا جوتنبرج (١٣٩٨ - ١٤٦٨) المطبعة ذات الحروف المعدنية و الواقع أن بداية الصحافة كانت بداية متواضعة حيث كان صاحب المطبعة يكتب الأخبار في وريقة أو عدة وريقات و يوزعها على بعض الشخصيات الغنية ذات النفوذ الكبير و المتعششة إلى معرفة أهم الأحداث ، ثم تطور الأمر حينما أخذ أصحاب المطابع في تعيين مساعدين لهم في داخل الدار و خارجها و خلال القرنين الخامس عشر و السادس عشر ظهرت مكاتب إخبارية

- ولعب إنشاء مرفق البريد دوراً مؤثراً في تطور الصحافة ، فقد ارتبط تطوره بتطور الصحافة و مشى معها جنباً إلى جنب ، وقد كان الغرض من إنشاء ذلك المرفق جمع الخطابات و الصور في مكان معين و نقلها بسرعة و انتظام إلى المرسل إليه ، نظير أجر معين ، وكان البريد ينقل بواسطة سعاة محددين لحساب أفراد معينين.

- يتضح إذن أن الطباعة و البريد كانا بمثابة الأساس الراسخ لنشأة ذلك البنيان الضخم و الكيان الفذ المسمى الصحافة The Press ، كذلك كانت ثمة صلة وثيقة بين الصحافة و التقدم الذي حدث في العلوم و الفنون و الصناعة في كل مرحلة من المراحل التي مرت بها الصحافة خلال تطورها.

- وقد كان لظهور الوسائل العلمية الحديثة أثر كبير في انتشار الصحافة بين الأمم و تطورها ، فقد وفرت الثورة الصناعية أشكال متعددة من المطابع ، و بعد أن كانت الصحف في بدء نشأتها مقصورة على الخاصة من الناس ، زاد انتشارها بين العامة ، و ظهرت أشكال جديدة من الفن الصحفي ، كالطباعة بالألوان و التصوير الفوتوغرافي و ظهرت الأنظمة الحديثة للتوزيع و استخدام الوسائل السريعة كالطائرات في نقل الصحف

- كما أدى استغلال الصحف في الإعلان إلى تخفيض أسعارها ، مما زاد من توزيعها و انتشارها

الصحافة :

تعرف الصحافة بأنها مهنة من يجمع الأخبار و الآراء و ينشرها في صحيفة أو مجلة و الصحيفة هي مجموعة صفحات تصدر يومياً أو في مواعيد منتظمة ، و تتضمن أخبار السياسة و الاقتصاد و الاجتماع و الثقافة.

و تستخدم كلمة press في الانجليزية بمعنى صحافة و تعني شيئاً مرتبطاً بالطبع و النشر و الأخبار و المعلومات.

و الصحافة هي جمع الأخبار و نشرها و نشر المواد المتصلة بها في مطبوعات مثل الجرائد و المجلات و الرسائل الإخبارية

الجريدة newspaper :

هي وسيلة إعلام و اتصال مطبوعة تصدر بشكل دوري و يرى بعض العلماء أن هناك عدة معايير أو سمات للجريدة وهي :

- ١- أن تنشر أسبوعياً على الأقل
- ٢- أن تطبع بالآلات الطباعة
- ٣- أن تكون متاحة لجميع فئات المجتمع
- ٤- أن تنشر الأخبار ذات الاهتمام العام في المجالات ذات الموضوعات المتخصصة
- ٥- أن يستطيع قراءتها كل من تلقى تعليماً عادياً
- ٦- أن تكون مستقرة عبر الوقت

مميزات الصحافة:

١. يستطيع القارئ أن يسيطر على الوسيلة (الصحيفة) بالطريقة التي تلائمه ، فهو يستطيع أن يطلع على الموضوعات التي يرغب فيها ، و يراجع ما يريد مراجعته في أي وقت يشاء ، بمعنى أن الجريدة تمتاز بأنها الوسيلة الوحيدة بين وسائل الاتصال الأخرى التي تسمح للقارئ بالسيطرة على ظروف التعامل معها.

٢. يتاح للقارئ أن يقرأها أكثر من مرة ، و لذلك فإن وسائل الاتصال المطبوعة تكون مناسبة دائماً لنشر الموضوعات المعقدة و الدراسات المفصلة و تشير الدراسات إلى أن المواد المعقدة من الأفضل تقديمها مطبوعة بدلاً من تقديمها شفويًا.

٣. تعد الوسائل المطبوعة أفضل بكثير للوصول إلى الجماهير المتخصصة.

٤. تحتاج المطبوعات إلى مساهمة القارئ و بذل جهد إيجابي من جانبه لا تتطلبه وسائل الاتصال الأخرى ، لأن الرسالة المطبوعة أقل اكتمالاً ، فالقارئ لا يواجه متحدثاً مرئياً أو مسموعاً ، كما هو الحال في الإذاعة و التلفزيون ، ولهذا ، فإن الوسائل المطبوعة تتيح للقارئ حرية أكبر في التخيل و تصور المعاني.

٥. ساعدت الوسائل المطبوعة على انتشار التعليم و حينما بدأت هذه الوسائل لم تجد كثير من القراء ، إذ لم يكن التعليم منتشرًا كما هو الآن ، فسعى قطاع كبير من الناس إلى تعلم القراءة و الكتابة ، ليتمكنوا من قراءة المطبوعات المختلفة التي تزودهم بالكثير من المعلومات.

عيوب الصحافة :

١- تعد الصحافة من المشروعات باهظة التكاليف ، ولذا فإنها تحتاج إلى احتياطي مالي كبير الذي يبلغ في بعض الدول كالولايات المتحدة ملايين الدولارات ، ولم تكن الصحافة قديماً تمتلك مصدرًا للمال سوى بيع النسخ أو الإعلانات و كانت محدودة ، ويلاحظ في تاريخ الصحافة أن كثيرًا من الصحف لم يكتب لها الاستمرار بسبب النقص الكبير في النواحي المالية.

٢- يتراجع دور الصحافة في المجتمعات التي تنتشر فيها الأمية ، و بذلك فإن دور الصحافة في تنمية الوعي العام و تغيير الواقع الاجتماعي تعد محدودة في دول العالم الثالث التي تعاني من انتشار الأمية فيها بصورة واسعة.

٣- البطء في نقل الأخبار ، حيث لا تستطيع الصحافة ملاحقة الأخبار بنفس السرعة التي يملكها الراديو و التلفزيون ، فهذه الوسائل تنقل الأخبار لحظة و قوعها ، في حين لا تتمكن الصحافة من متابعة الأخبار إلا في أقرب إصدار لها ، وقد يكون الخبر قد تمت تغطيته بصورة كاملة عبر وسائل الاتصال الأخرى.

المجلات :

المجلة هي مطبوع دوري الصدور إما أسبوعياً أو نصف شهرياً أو شهرياً أو ربع سنوي أو نصف سنوي أو سنوي مصوراً أو غير مصور و يحوي مجموعة من الموضوعات المتنوعة

و الاختلاف بين الجريدة و الصحيفة هي أن الصحيفة تهتم بالأخبار التي هي موضوعها الأساسي و تتضمن إلى جانب ذلك موضوعات متنوعة ، أما المجلة فيغلب عليها طابع التنوع في الموضوعات وليس الأخبار و الصحف غالباً ما تصدر يومياً و ربما في طبعات متعددة و تصدر الصحف دون أغلفة خاصة بها و صفحاتها مفتوحة ، كما أن صفحات الجريدة أكبر حجماً من صفحات المجلات.

أهمية المجلات :

-تعد المجلة من الوسائل الإعلامية و الصحفية المهمة لأنها تأخذ من الكتاب عمقه ، ومن الصحيفة تنوع مادة التحرير فيها و مجارة هذا التنوع للأنشطة الإنسانية و ملاحظتها لتسجيلها و تحليلها و التعليق عليها بالشرح و التحليل

-تتراوح دورية المجلة ما بين أسبوع و نصف شهر أو شهر ، ومنها السنوي ومنها النصف سنوي

تنوع المجلات في المجالات المتعددة :

- المجالات العامة - المجالات الإخبارية - المجالات السياسية - مجالات الأسرة
- المجالات النسائية - مجالات الأطفال - المجالات المتخصصة